



UNE MARQUE
D'AVANCE



Responsable de la communication externe

Famille métier : Conseil en communication

Domaine d'intervention : Communication externe
Relations presse
Relations publics

En entreprise / organisation

Autres appellations : Responsable de la communication institutionnelle,
Responsable de l'information

Définition du métier

Le responsable de la communication externe est le garant de l'image de l'entreprise ou organisation. Il est responsable des prises de parole de l'entreprise dans les supports de communication et est responsable de l'information des différentes parties prenantes de l'entreprise (managers, salariés, internautes, journalistes, opinion publique,...).

Il supervise l'élaboration des contenus et des messages délivrés par l'entreprise en cohérence avec sa stratégie, les codes graphiques et le positionnement de la marque.

Il doit, par des actions de communication ciblées, œuvrer pour défendre l'image de l'entreprise auprès d'un public externe (journalistes, pouvoirs publics, grand public,...).

Sa mission consiste à informer, expliquer et mettre en perspective les actions et projets menés par l'entreprise pour donner du sens et accompagner les changements.

Missions

Le responsable de la communication externe doit promouvoir l'entreprise auprès des leaders d'opinion, des internautes, de l'opinion publique..., en donnant des preuves des valeurs clés de l'entreprise pour les crédibiliser et les renforcer.

Par son action, il contribue à favoriser les ventes grâce à une meilleure image, à informer, convaincre et rassurer les parties prenantes externes et à attirer de nouveaux partenaires (investisseurs, futurs salariés, ...).

Il contribue au développement de la fierté d'appartenance, à la culture d'entreprise et à la défense de sa réputation par un processus efficace d'information et d'attribution de sens à l'action de l'entreprise.

Le responsable de la communication externe est un véritable expert de l'information et de la communication. Il guide et coach des dirigeants pour travailler les messages à transmettre en externe. Il dirige des projets pour accompagner certains changements.

Outre une excellente connaissance de l'entreprise, de ses projets, de ses dirigeants, il doit savoir écouter et comprendre les besoins de l'entreprise pour agir sur les leviers les plus efficaces.

Il s'appuie sur la stratégie, la posture de marque et les valeurs de l'entreprise pour bâtir les fondements des discours. Il organise la veille de réputation en listant ce que se dit sur l'entreprise pour anticiper les menaces et repérer les nouveaux comportements.

Il est au cœur du dispositif de gestion de crise et des grands événements de l'entreprise.

Il structure les outils de mesure et de suivi de l'efficacité des politiques éditoriales sur la fierté d'appartenance des parties prenantes, sur leur niveau d'information et de relation.

Domaine et périmètre d'intervention

Le responsable de la communication externe supervise les rédacteurs de contenu, les attachés de presse, les chargés de communication online et community managers et le suivi des supports de communication externe hors médias. Il est rattaché au service de la communication ou du marketing.

Il est proche de la direction générale afin de pouvoir agir au plus près des besoins et de manière efficace.

Il intervient et suggère les prises de parole de l'entreprise et de ses dirigeants tant auprès des salariés, des journalistes, des internautes que de l'opinion publique.

Activités et tâches

Activité 1 : **Élabore et met en œuvre les campagnes de communication**

- Tâches :
- S'appuie sur la stratégie de l'entreprise, la posture de marque et les valeurs pour établir le plan de communication externe
 - Définit les thèmes de communication en fonction de l'actualité, des grands événements et des enjeux stratégiques de l'entreprise
 - Suggère et élabore les prises de parole (ou non) de l'entreprise et le choix du(es) porte-parole(s) sur chaque thématique et pour chaque cible (journalistes, internautes, opinion publique,...)
 - Détermine les menaces et gère les crises sur les cibles dont il a la responsabilité
 - Crée et monte des événements auprès des différents publics pour présenter un produit, une politique, des résultats...
 - Assure la participation de l'entreprise à certains événements et salons clés pour son secteur

Activité 2 : **Élabore les supports de communications**

- Tâches :
- Écrit les contenus institutionnels de l'entreprise
 - Définit et choisit les messages-clés, rédige les supports, supervise les reportages photos et sélectionne l'iconographie
 - Assure la création et la production des supports (brochure et plaquette institutionnelles, rapport annuel, film institutionnel...)
 - S'assure de la mise à jour au quotidien du site internet de l'entreprise
 - S'assure du respect de la ligne éditoriale et de la charte graphique
 - Supervise, valide et suit l'évolution des messages destinés aux journalistes, internautes et opinion publique...
 - Alimente les différentes rédactions en externe
 - Constitue un réseau de correspondants pour faire remonter les sujets/projets et choisir les sujets à traiter

Activité 3 : **Gère les relations presse**

- Tâches :
- Définit les médias pertinents pour l'entreprise et la stratégie presse à mettre en œuvre
 - Organise des conférences de presse et voyages de presse
 - Entretient un réseau de journalistes et gère les relations presse, la rédaction des dossiers de presse et communiqués (éventuellement en lien avec les attachés de presse)
 - Le cas échéant, supervise les attachés de presse

Activités et tâches

Activité 4 : **Mesure, suit et veille**

- Tâches :
- Définit les indicateurs de suivi en matière d'utilisation des différents outils de communication externe (statistiques des outils numériques, revue et synthèse de presse, algorithmes des moteurs de recherche)
 - Exploite les conclusions et met en place des actions nouvelles ou curatives
 - Détecte les signaux forts et faibles pouvant présenter une menace ou une opportunité pour l'entreprise et décide des prises de paroles ou actions de communication à mettre en œuvre
 - Réalise un benchmark vis-à-vis des entreprises du secteur
 - Assure une veille des nouveaux comportements, nouvelles tendances de communication, des innovations
 - Met en place des indicateurs de mesure des campagnes (publicitaires, presse...)

Activité 5 : **Management et supervision**

- Tâches :
- Décide des messages à valider et du niveau de délégation des équipes
 - Assure la continuité des activités et prépare les plans de succession de chaque poste
 - Détecte les talents et les besoins en formation des équipes
 - Répartit la charge sur les équipes
 - Facilite la coopération, au sein de l'équipe, avec les autres départements de l'entreprise
 - Développe l'activité de communication
 - Définit les grands axes de communication et de progrès
 - Gère le budget alloué à la communication externe
 - Développe un réseau en externe

Compétences

SAVOIRS

Connaissances de l'entreprise, sa stratégie, son positionnement, ses porte-paroles et dirigeants, ses produits/services, sa culture, son identité, son histoire

Compréhension de l'environnement de l'entreprise ses concurrents, les politiques, les leaders d'opinion, ses cibles prioritaires

Compréhension de l'ensemble de la communication (organisationnelle, rédactionnelle, interne, externe, gestion de crise, achats d'espaces publicitaires...)

Maîtrise des techniques et outils de communication (événementielle, relations médias, écoute et prospective, communication de crise, méthodes d'élaboration de plans de communication...)

Bonne connaissances des outils de mesure (études quantitatives, qualitatives, baromètres d'opinions...)

Connaissances des principes d'édition, audiovisuel, et communication numérique

SAVOIR-FAIRE

Compétences requises :

Savoir construire et piloter une stratégie de communication globale

Savoir élaborer et mettre en œuvre un plan de communication globale et par projet

Être capable de construire, négocier, gérer et contrôler un budget

Être capable de traduire les situations et missions stratégiques de l'entreprise en y apportant du sens (message, discours)

Savoir élaborer et mettre en œuvre un dispositif de communication de crise

Avoir d'excellentes capacités rédactionnelles

Maîtriser les outils print, web, événementiels, audiovisuels

Compétences souhaitées :

Pratiquer une ou des langues étrangères (en particulier l'anglais)

Avoir une pratique courante des logiciels de bureautique

Avoir de bonnes capacités managériales

SAVOIR-ÊTRE

Compétences requises :

Sens de la communication

Ouverture aux autres, bon relationnel

Sens de l'écoute

Empathie

Curiosité d'esprit

Résistance au stress et gestion des conflits

Sens politique

Gestion de projet

Leadership

Sens de l'animation

Goût pour l'échange

Sens pédagogique

Expression orale

Sens du management